



Comunicato stampa

BIOLOGICO, NELL'ORTOFRUTTA LA QUOTA DI MERCATO È DEL 4%, MA CON GROSSE POTENZIALITÀ DI SVILUPPO

Il Coordinatore Torriani: “Vanno previste azioni per aumentare la domanda di prodotti biologici. L'Italia deve spingere di più su azioni promozionali anche con finalità commerciali”

13 aprile 2022 – “I dati presentati da Nomisma certificano il ruolo di primo piano che l'ortofrutta riveste nell'offerta dei prodotti biologici, un ruolo trainante per tutto il settore del biologico. Ad oggi l'incidenza del biologico sul comparto generale dell'ortofrutta è del 4%, con oltre 30 milioni di consumatori, un dato che evidenzia la grande potenzialità di mercato che può ancora svilupparsi, creando grandi opportunità sia per la produzione che per la distribuzione”. Così Francesco Torriani, Coordinatore Settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari ha commentato i dati dell'Osservatorio Frutta e Verdura Bio, curati da Nomisma e promossi da Assobio con il supporto di Alleanza Cooperative agroalimentari, presentati nell'ambito di Marca 2022, il Salone internazionale sui prodotti a marca del distributore in corso a Bologna.

“In un quadro generale di politiche comunitarie e nazionali favorevoli al biologico – ha proseguito Torriani – è evidente che occorra mettere in atto delle azioni in grado di monitorare il sistema produttivo e che accompagnino la transizione ecologica dell'intero sistema agricolo, per fare in modo che la domanda dei prodotti biologici sia allineata all'offerta. Oggi tutta la politica agricola europea è svincolata dagli aspetti legati al mercato: fin quando il biologico era una nicchia questo poteva andar bene, ora non più”.

“A questo riguardo, sia a livello comunitario che nazionale è necessario dedicare maggiore attenzione a interventi mirati alla domanda dei prodotti biologici, diversificando l'approccio attuale che risulta orientato principalmente all'offerta. Da questo punto di vista, bene il piano d'azione europeo per l'agricoltura biologica, che prevede azioni in grado di far aumentare la domanda di prodotti biologici”, conclude Torriani. Secondo l'Alleanza cooperative agroalimentari “l'Italia deve spingere di più su azioni promozionali che abbiano anche finalità commerciali e che sostengano i prodotti biologici, sia nei consumi domestici sia in quelli collettivi, con il coinvolgimento di tutti i protagonisti del consumo - aziende, istituzioni, privati cittadini e mondo della distribuzione”.